

BAB I

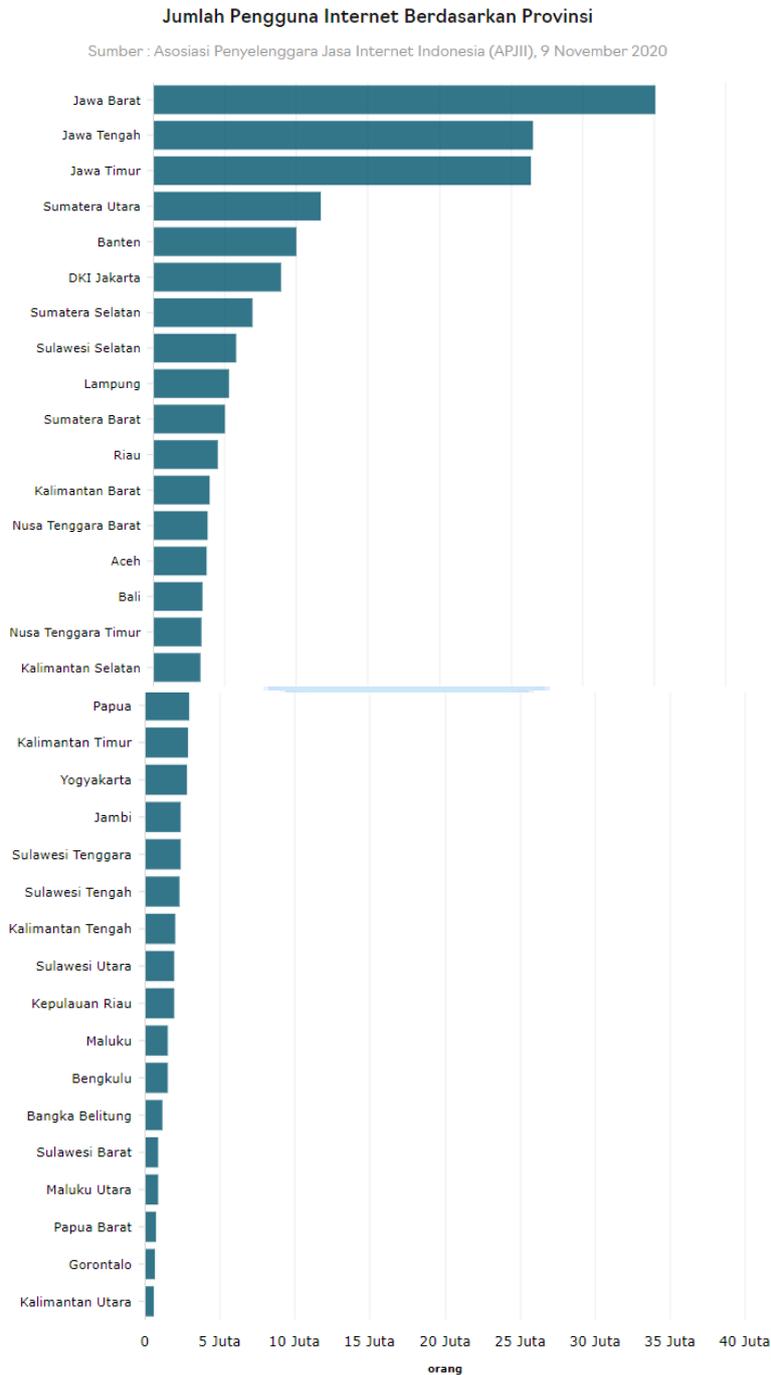
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan pasti memiliki produk/*brand* yang membuat mereka bertahan sampai puluhan tahun, bahkan sampai ratusan tahun, oleh karena itu perusahaan perlu melakukan berbagai strategi agar mereka dapat terus beradaptasi pada bidangnya. PT. Polymindo Permata memulai bisnis mereka dengan produk sedotan dan selang, kemudian perusahaan mulai melakukan inovasi dengan memperkenalkan rotan sintetis yang tahan terhadap cuaca, yang berbahan baku *HDPE (High Density Polyethylene)*, bahan tersebut 100% dapat didaur ulang. pada tahun 2018 PT. Polymindo Permata memperkenalkan produk baru mereka yaitu *Viroforms*. *Viroforms* adalah *brand* yang diperkenalkan ke pasar sebagai produk anyaman keranjang multifungsi yang menggunakan bahan baku utama *HDPE* yang berkualitas, tidak beracun, tahan lama serta ramah lingkungan *Viroforms* juga aman digunakan untuk wadah makanan. (Sumber : Dokumen Internal Perusahaan)

Brand book merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan, namun masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum mengenal *brand book*, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah artikel Bahasa Indonesia tentang *brand book/brand guidelines* dapat terbilang sedikit. *Brand book* atau biasa disebut *guideline* adalah komponen yang penting dalam sebuah *brand*, karena *Brand book* merupakan sebuah pedoman dasar dalam membangun identitas *brand*, dengan adanya pedoman dasar pada proses *branding* dapat berjalan secara konsisten sesuai *Brand book* yang sudah dibuat. Selain *brand book* sangat penting untuk menjadi pedoman dalam pembuatan desain grafis, seperti warna, font, penggunaan bahasa, dan lainnya. (Ismi, 2021)

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta



Gambar 1.2 Data Peningkatan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia

Sumber: Kata Data

NUSANTARA

Berdasarkan sumber katadata.com, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, oleh karena itu perusahaan harus memanfaatkan internet sebagai media yang tepat untuk melakukan promosi secara dan berjualan *online*. Untuk itu perusahaan perlu merencanakan promosi *online* yang akan dilakukan agar sesuai dengan target audience yang disasar oleh *brand*, maka brand perlu membuat IMC(*Integrated Marketing Communication*) agar promosi yang dilakukan oleh brand dapat berjalan sesuai dengan target audience dan pesan atau promosi dapat tersampaikan dengan baik

IMC (Integrated Marketing Communication) adalah suatu strategi komunikasi antara pelanggan dengan *brand* agar komunikasi antara *brand* dengan customer dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan (Nathania, 2021). *IMC* dibuat dengan tujuan agar pesan yang disampaikan oleh perusahaan dapat tersampaikan dengan baik dan konsisten, dengan menggunakan *IMC* perusahaan akan mendapat kesan yang baik karena kegiatan *IMC* dapat mendukung kegiatan *CRM (Customer Relationship Management)*. Maka dari itu sangat diperlu dalam perusahaan, karena komunikasi dengan pelanggan salah kunci kesuksesan perusahaan, maka dari itu dalam pembuatan *brand book* harus didalamnya memasukan *IMC*. Oleh karena itu judul laporan magang saya adalah Pengembangan *Brand book* Untuk Meningkatkan Brand *Positioning Viroforms*.

1.2 . Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kegiatan magang yang ada pada kurikulum Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk mengetahui bagaimana lingkungan kerja yang sebenarnya, menunjukkan bagaimana hasil kajian yang telah dilakukan sebelumnya telah dilaksanakan. Selain itu dalam praktek magang kita dapat menemukan masalah-masalah di perusahaan yang perlu dianalisa lebih dalam dan dengan hasil kajian yang telah dipelajari sebelumnya diharapkan dapat menemukan solusi dari permasalahan yang dapat diterapkan di dalam perusahaan. . Dalam praktek magang, penulis juga diharapkan dapat bekerja semaksimal mungkin untuk memecahkan masalah dan membantu permasalahan yang ada di dalam perusahaan.

Adapun tujuan yang dapat diperoleh penulis untuk memiliki kemampuan yang dapat digunakan secara profesional adalah:, yaitu:

1. Menulis dapat mengenal situasi dunia kerja dan mengaplikasikan hasil belajar ke dunia kerja.
2. Penulis mengetahui bagaimana proses pembuatan ide sampai dengan realisasi ide dalam kegiatan marketing.
3. Penulis mengetahui cara menganalisis kompetitor-kompetitor melalui berbagai macam aspek.
4. Penulis mengetahui cara melakukan komunikasi dengan customer secara langsung.
5. Penulis dapat mengetahui bagaimana menyelesaikan suatu masalah dan mengasah kemampuan *problem solving* penulis

Selain itu terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam kegiatan kerja magang, sebagai berikut :

1. Perusahaan mendapatkan solusi terhadap masalah yang sedang dihadapi perusahaan.
2. Perusahaan mendapatkan ide-ide yang baru yang dapat diterapkan di perusahaan.
3. Perusahaan dapat merekrut orang baru melalui proses magang
4. Perusahaan mendapatkan orang baru yang sudah dilatih dan berkompoten

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu kerja magang penulis dimulai sejak Juni sampai Oktober 2021 dengan total hari kerja sekitar 60- hari. Praktik kerja magang dilakukan penulis dimulai tanggal 15 Juni sapa dengan 13 Oktober 2021.

Data Pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Polymindo Permata
Bidang Usaha : Produsen Bahan *Fiber*
Waktu Pelaksanaan : 16 Juni 2021 - 13 Oktober 2021

Waktu Kerja : Senin-Jumat, Sabtu/Minggu

08.00 s.d 05.00 WIB, 12.00 s.d 19.00 WIB

Posisi Magang : *Intern Business Development*

Alamat Kantor: Kawasan, Industri Jatake Jl. Industri Raya II No.8,
RT.002/RW.004, Pasir Jaya, Kec. Jatiuwung, Kota Tangerang, Banten 15135

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur magang merupakan syarat yang perlu dipenuhi di Universitas Multimedia Nusantara yang terdiri dari tahap pengajuan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir.

1. Tahap Pengajuan

1. Penulis mengirimkan *CV* kepada teman yang merekomendasikan penulis untuk dikirimkan ke PT. Polymindo Permata
2. Penulis mengatur pertemuan untuk *interview*.
3. Penulis menandatangani kontrak kerja magang selama 3 Bulan / 60 hari kerja.
4. Dalam pengajuan, penulis harus mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM-01) yang dilakukan untuk mendapatkan surat pengantar kerja
5. Penulis meminta surat penerimaan untuk pelaksanaan kerja magang dari PT. Polymindo Permata kepada *HRD* yang selanjutnya dikirimkan ke Universitas Multimedia Nusantara, dan setelah itu penulis mengisi form KM-02 yang merupakan surat pengantar kerja magang.
6. Penulis mengunduh file KM-03 yang merupakan kartu kerja magang, KM-04 Formulir Kehadiran Kerja Magang, KM-05 Formulir Realisasi Kerja Magang, dan formulir KM-06 Formulir Penilaian kerja yang diberikan setelah memenuhi persyaratan kerja magang.

2. Tahap Pelaksanaan

1. Sebelum magang dimulai, penulis diperkenalkan pada rekan kerja dan juga atasan yang kedepannya akan banyak melakukan banyak pekerjaan bersama.
2. Penulis memberikan KM-03 dan KM-04 untuk diisi dan ditandatangani oleh supervisor, serta KM-05 yang diisi per minggu.

3. Penulis juga mengikuti seluruh peraturan pekerjaan yang ada seperti memulai dan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan arahan yang diberikan dan mengerjakan pekerjaan yang berkaitan dengan peminatan marketing.
4. Perusahaan juga mengharuskan penulis untuk absensi dan juga menuliskan hal-hal yang telah dikerjakan hal tersebut dilakukan sebagai bentuk absensi yang akan diberikan setiap bulannya dan membuat laporan kegiatan selama magang di PT. Polymindo Permata.
5. Penulis menyelesaikan semua berkas yang dibutuhkan untuk lampiran laporan magang, dengan mencetak berkas, kemudian meminta tanda tangan *supervisor*, dan meminta stempel pada *HRD*

3. Tahap Akhir

1. Setelah magang hampir selesai kurang lebih 6 minggu, penulis melakukan bimbingan magang dimana dengan Dr.Ir. Yosef Budi Susanto, M.M *online* untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan selama magang, membahas judul laporan magang, permasalahan apa saja yang ditemukan di perusahaan.
2. Penyusunan laporan magang berdasarkan standar yang telah ditetapkan sebelumnya oleh Universitas Multimedia Nusantara.
3. Penulis melakukan pembinaan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
4. Setelah menyelesaikan penulisan laporan magang dengan judul yang disetujui oleh supervisor magang, laporan tersebut diberikan kepada supervisor PT. Permata Polymindo.
5. Atasan memberikan penilaian kinerja magang di perusahaan melalui formulir yang telah disediakan yaitu formulir KM-06.
6. Penulis bertanggung jawab atas laporan magang yang telah dibuat sebelumnya dengan bimbingan supervisor magang dan supervisor perusahaan.

1.3 Sistematika Penulisan Laporan

Berikut adalah susunan penulisan laporan ini. Laporan magang ini terdiri dari 4 (empat) bab diantar lain :

1. Bab 1: Pendahuluan

Pada bab ini terdapat latar belakang yang mendorong penulis memilih judul laporan magang, maksud dan tujuan penulis melakukan praktek kerja magang, waktu dan pelaksanaan kerja magang, dan sistematika penulisan laporan praktik kerja magang.

2. Bab 2: Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini terdapat deskripsi perusahaan, sejarah perusahaan, visi, misi, nilai perusahaan, struktur organisasi perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang, dan landasan teori yang mendasari laporan magang

3. Bab 3 : Pelaksanaan Kerja Magang

Pada bab ini penulis membahas kedudukan dan koordinasi penulis selama melakukan praktek kerja magang, selain itu penulis menjelaskan tugas yang dilakukan selama proses magang dengan tabel dan menjelaskan tugas tersebut secara deskripsi, kemudian penulis juga mencantumkan kendala yang ditemukan selama praktek kerja magang dan menemukan solusi dari kendala yang ditemukan selama praktek kerja magang.

4. Bab 4 : Penutupan

Pada bab ini penulis menuliskan kesimpulan dari laporan praktek kerja magang ini, penulis juga menyampaikan hasil yang penulis dapatkan dari menyusun laporan magang ini, penulis juga memberikan saran kepada perusahaan agar semakin berkembang kedepannya.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA